

STRATEGI *PUBLIC RELATION* DALAM MEMBANGUN CITRA

MADRASAH DI LINGKUNGAN PONDOK PESANTREN

(STUDI KASUS DI MAN 1 TEGAL)



Oleh: Begjo Tohari

Nim: 19204090027

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

TESIS

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-55/Un.02/DT/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : *STRATEGI PUBLIC RELATION* DALAM MEMBANGUN CITRA MADRASAH DI LINGKUNGAN PONDOK PESANTREN (STUDI KASUS DI MAN 1 TEGAL)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : BEGJO TOHARI, S.Pd
Nomor Induk Mahasiswa : 19204090027
Telah diujikan pada : Kamis, 11 Januari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Nur Saidah, S. Ag., M. Ag
SIGNED

Valid ID: 65a4e6e0a29b



Penguji I
Dr. H. Karwadi, S.Ag, M.Ag
SIGNED

Valid ID: 65a5f14ac2b03



Penguji II
Dr. H. Sumedi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 65a60bd731e42



Yogyakarta, 11 Januari 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 65a60c7e9d9a1

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Begjo Tohari

Nim : 19204090027

Program Studi : Pasca Sarjana Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tesis saya ini yang berjudul “Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah Di Lingkungan Pondok Pesantren (Studi Kasus Di Man 1 Tegal)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan Tesis saya ini adalah hasil dari karya penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya atau penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya.

Terimakasih

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 3 Januari 2024

Yang menyatakan,



Begjo Tohari

NIM. 19204090027

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: “Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah Di Lingkungan Pondok Pesantren (Studi Kasus Di MAN 1 Tegal)” yang ditulis oleh:

Nama : Begjo Tohari
Nim : 19204090027
Jenjang : Magister (S2)
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Pendidikan (M.Pd.).

Wassalamu 'alaikum wr wb.

Yogyakarta, 08 Januari 2024
Pembimbing



Dr. Nur Saadah, S.Ag, M.Ag

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Tantangan terbesar umat manusia abad ini adalah menjadi “*Irrelevant People*” dan Pendidikan harus menyelematkannya.¹



¹ Yuval Noah Harari, *Sapiens*, ed. Damaring Tyas, 6th ed. (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur selalu kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya kepada kita semua. Dia yang telah membekali manusia dengan akal dan ilmu melalui perantara Kalam-Nya. Dia jugalah yang senantiasa memberikan petunjuk dan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Shalawat dan salam semoga selalu terlimpah curahkan kepada sang revolusioner sejati Nabi Agung Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Shalawat dan salam semoga juga teriring kepada keluarga, sahabat dan semoga sampai kepada kita semua yang senantiasa mengharapkan syafa'atnya di penghujung hari nanti. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian Tesis ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, arahan, serta saran dari berbagai pihak. Secara khusus dalam kesempatan kali ini, penulis berterima kasih serta rasa hormat dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah membantu memberikan motivasi dan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Ilmu tarbiyah dan Keguruan.
2. Bapak Dr. H. Karwadi, S.Ag, M.Ag selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

3. Ibu Prof. Dr. Hj. Na'imah, M.Hum Selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan seluruh proses akademik di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.
4. Segenap Dosen dan dan Tenaga Kependidikan di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan yang telah membantu saya dengan pelayanan yang diberikan selama menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak Kepala Madrasah MAN 1 Tegal yang telah memberikan izin penelitian, dukungan, do'a, serta dengan sabar membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Penghormatan terbesar dengan cinta, pengabdian serta bakti seumur hidup kepada kedua orang tua penulis yang tiada henti memberikan support dalam segala hal sehingga penulis tidak mampu untuk sekedar mengucapkan terimakasih melalui kata-kata.

Yogyakarta, 3 Januari 2024

Yang menyatakan,

Begjo Tohari

NIM. 19204090027

ABSTRAK

Begjo Tohari. 19204090027 Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah Di Lingkungan Pondok Pesantren (Studi Kasus Di Man 1 Tegal). Tesis. Pasca Sarjana Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.

Di era saat ini, keberhasilan manajemen organisasi dalam mencapai tujuannya sangat bergantung pada praktek public relations. Sebuah lembaga pendidikan berusaha untuk maju dan berkembang harus mampu menciptakan image (citra) positif pada hati publik merupakan keharusan yang tidak boleh tidak harus dilaksanakan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Madrasah Di Lingkungan Pondok Pesantren (Studi Kasus Di Man 1 Tegal).

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilaksanakan di MAN 1 Tegal. Observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk memperoleh data. Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan semuanya digunakan dalam analisis data. Teknik triangulasi, seperti triangulasi sumber dan triangulasi teori, digunakan untuk melakukan teknik keabsahan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas MAN 1 Tegal telah berhasil mengimplementasikan strategi komunikasi yang holistik untuk membangun dan memelihara citra positif lembaga. Melibatkan kombinasi media massa, daring, dan komunikasi interpersonal, humas secara aktif menyampaikan informasi mengenai prestasi, program, dan kebijakan madrasah kepada masyarakat dan wali murid. Strategi ini diperkuat oleh respons yang cepat, transparansi, dan efektivitas dalam menghadapi situasi krisis, menunjukkan kesiapan dan tanggung jawab lembaga. Evaluasi dan perbaikan terus-menerus menjadi landasan untuk meningkatkan efektivitas strategi, memastikan bahwa humas MAN 1 Tegal tetap adaptif dan responsif terhadap dinamika komunikasi di lingkungan madrasah dan masyarakatnya.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Public Relation, Manajemen Pendidikan, Madrasah, Citra Madrasah

ABSTRACT

Begjo Tohari. 19204090027 Public Relations Strategy in Building the Image of Madrasas in Islamic Boarding School Environments (Case Study in Man 1 Tegal). Thesis. Postgraduate in Management of Islamic Education, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.

In the current era, the success of organizational management in achieving its goals relies heavily on public relations practices. An educational institution seeking to progress and develop must be able to create a positive image in the hearts of the public, which is a necessity that must not be implemented. Therefore, this research aims to analyze the Public Relations Strategy in Building the Image of Madrasas in the Islamic Boarding School Environment (Case Study in Man 1 Tegal).

The type of research carried out was qualitative descriptive research. The research was carried out at MAN 1 Tegal. Observations, interviews and documentation were used to obtain data. Data reduction, data presentation, and drawing conclusions are all used in data analysis. Triangulation techniques, such as source triangulation and theory triangulation, are used to carry out data validity techniques.

The results of this research show that MAN 1 Tegal public relations has succeeded in implementing a holistic communication strategy to build and maintain a positive image of the institution. Involving a combination of mass media, online and interpersonal communication, public relations actively conveys information about madrasah achievements, programs and policies to the community and student parents. This strategy is reinforced by rapid response, transparency and effectiveness in dealing with crisis situations, demonstrating the institution's readiness and responsibility. Continuous evaluation and improvement is the basis for increasing the effectiveness of strategies, ensuring that MAN 1 Tegal's public relations remains adaptive and responsive to the dynamics of communication in the madrasa environment and its community.

Keywords: Strategic Management, Public Relations, Education Management, Madrasah, Madrasah Image

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1. Tujuan.....	5
2. Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	6
E. Metode Penelitian	10
1. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	10
2. Tempat atau Lokasi Penelitian	10
3. Subjek Penelitian	10
4. Teknik Pengumpulan Data	11
5. Analisis Data.....	12
6. Keabsahan Data	12
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Public Relation Lembaga Pendidikan	15
B. Manajemen Strategi	17
C. Citra Lembaga Pendidikan.....	21

BAB III GAMBARAN UMUM MAN 1 TEGAL.....	24
A. Sejarah Berdirinya Madrasah Aliyah Negeri 1 Tegal.....	24
B. Visi dan Misi Madrasah Aliyah Negeri 1 Tegal	28
1. Visi Madrasah Aliyah Negeri 1 Tegal.....	28
2. Misi Madrasah Aliyah Negeri 1 Tegal	32
C. Gambaran Kondisi MAN 1 Tegal.....	34
1. Data Umum Madrasah.....	34
2. Struktur Organisasi MAN 1 Tegal	36
3. Data Siswa MAN 1 Tegal.....	38
4. Prestasi Siswa MAN 1 Tegal.....	38
5. Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan	39
6. Data Sarana Prasarana	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Implementasi Manajemen Public Relations MAN 1 Tegal dalam Membangun Citra Lembaga.....	42
1. Perencanaan.....	42
2. Pengorganisasian	45
3. Pelaksanaan	48
4. Evaluasi	74
B. Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) MAN 1 Tegal dalam Membangun Citra Lembaga.....	77
1. Strategy of Publicity	77
2. Strategy of Persuasion	87
3. Strategy of Image.....	91
BAB V PENUTUP.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	96
Daftar Pustaka	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga pendidikan Islam mulai mendapat perhatian manakala pemerintah Indonesia mengesahkan UU No. 23 Tahun 2003 tentang Sisdiknas, di mana dalam Undang-Undang tersebut mengakui lembaga pendidikan Islam sebagai lembaga pendidikan formal sejajar dengan lembaga-lembaga pendidikan yang ada dalam Kementrian Pendidikan Nasional. Dengan adanya aturan perundangan tersebut bukan berarti permasalahan lembaga Pendidikan Islam telah selesai, namun justru lembaga Pendidikan Islam bagaikan mendapat tuntutan untuk berperan aktif dalam menunjukkan eksistensinya sebagai Lembaga Pendidikan berbasis nilai Islam. Permasalahan utama dalam lembaga pendidikan Islam adalah berkenaan dengan pengelolaan atau manajemennya.

Di era saat ini, keberhasilan manajemen organisasi dalam mencapai tujuannya sangat bergantung pada praktek *public relations*.² Dalam tataran ideal teoritis, otonomi pendidikan merupakan tuntutan demokratisasi dan perkembangan peradaban serta ilmu pengetahuan dan teknologi.³ Masyarakat ditempatkan pada posisi otonom untuk merancang dan mengelola pendidikan, sehingga diharapkan tumbuh suatu format kehidupan masyarakat yang semakin

² Wayan Supada, "Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi," *Communicare* 1, no. 1 (2020): 92–100.

³ H Hasan Baharun, "Desentralisasi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Sistem Pendidikan Islam," *Jurnal Ilmu Tarbiyah" At-Tajdid* 1, no. 2 (2012): 242.

mandiri, kritis dan kreatif.⁴

Sebuah lembaga pendidikan berusaha untuk maju dan berkembang harus mampu menciptakan *image* (citra) positif pada hati publik merupakan keharusan yang tidak boleh tidak harus dilaksanakan.⁵ Sehingga publik mampu memberi keputusan untuk mendaftarkan para anak-anak mereka dan ikut serta dalam berpartisipasi aktif terhadap pengembangan lembaga pendidikan tersebut. Sehingga selain juga dengan melalui pengembangan kualitas juga membutuhkan kegiatan hubungan publik yang produktif berdasarkan visi misi yang jelas.⁶

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak terlepas akan bantuan dari orang lain. Oleh karena itu manusia harus saling bekerja sama antar manusia satu dengan manusia yang lain di berbagai bidang.⁷ Hal ini selain pekerjaan akan menjadi ringan, juga akan lebih memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan. Karena manusia hidup dengan manusia lain, maka hubungan baik dengan orang lain perlu dijaga dan dibina karena menjadi salah satu syarat mutlak untuk terciptanya hidup yang damai dan harmonis.⁸ Dalam suatu organisasi lembaga pendidikan diperlukan kerja sama antara kepala madrasah dengan semua karyawan, juga diperlukan adanya kerja sama dengan pihak eksternal yaitu

⁴ Nurul Yuli Wahyuni, "Pencitraan: Upaya Membangun Public Opinion Bagi Lembaga Pendidikan Islam," *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2018): 64–79.

⁵ Nur Izza Afkarina, "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan," *Idaarah* 2, no. 1 (2018): 50–63.

⁶ Chusnul Chotimah, *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan Dengan Masyarakat*, (Yogyakarta: Lingkar Media Yogyakarta, 2017), hlm 7.

⁷ Afkarina, Strategi komunikasi humas dalam membentuk public opinion lembaga pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2 (1), 50–63. 2018.

⁸ Farhan Abdillah Dalimunthe, *Studi Pemikiran Buya Hamka Dalam Membangun Toleransi Umat Beragama Di Indonesia*, (Universitas International Semen Indonesia, 2019). Hlm. 42.

lembaga pendidikan lain.⁹ Dari sinilah, pentingnya untuk mempelajari semua unsur-unsur dan semua hal yang terkait dengan *public relation*.

Public relation yang sering kita artikan dengan hubungan masyarakat, mempunyai posisi yang sangat *urgen* dalam suatu organisasi. Sebagai salah satu bagian dari organisasi, *public relation* yang bertugas dalam berintraksi dengan masyarakat. Masyarakat adalah suatu kesatuan yang didasarkan pada ikatan-ikatan yang telah teratur dan boleh dikatakan stabil.¹⁰

Memasuki era globalisasi dan informasi dalam kehidupan modern begitu penting, artinya mengatur bagaimana kita berhubungan antara orang yang satu dengan orang lainnya.¹¹ Begitu juga halnya dalam hal konteks organisasi maupun perusahaan. *Public relation* merupakan salah satu hal yang bisa mengakomodir semua kebutuhan suatu relasi dan berkomunikasi dengan orang lain.¹² *Public relation* yang baik wajib dimiliki oleh semua anggota publik pada umumnya terutama masyarakat organisasi pada khususnya membantu untuk kelancaran hubungan kerja yang baik pada organisasi tersebut.

MAN 1 Tegal merupakan madrasah yang terletak dilingkungan pondok pesantren, disitu kepala madrasah sebagai pemimpin. Lembaga Pendidikan harus bisa membangun citra Lembaga yang baik bagi masyarakat sekitar khususnya masyarakat pesantren. Karena bagaimanapun juga tidak bisa

⁹ Feiby Ismail, "Implementasi Total Quality Management (TQM) Di Lembaga Pendidikan," *Jurnal Ilmiah Iqra'* 10, no. 2 (2018). Hlm. 12.

¹⁰ Chyntania Chantika Triana et al., "Pengaruh Kepercayaan Diri Seorang Public Relation Dalam Berkomunikasi," *Cebong Journal* 1, no. 2 (2022): 34–40.

¹¹ M Ihsan Dacholfany, "Reformasi Pendidikan Islam Dalam Menghadapi Era Globalisasi," *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam* 20, no. 1 (2015): 173–94.

¹² Silih Agung Wasesa, *Political Branding & Public Relations* (Gramedia Pustaka Utama, 2013). Hlm. 32.

dipungkiri bahwa dari kedua Lembaga tersebut sejatinya saling membutuhkan, banyak siswa MAN 1 Tegal yang berdomisili di pondok pesantren. Dan beberapa orang tua siswa menyekolahkan anaknya di MAN 1 Tegal dengan alasan agar bisa mondok di pesantren, begitupun sebaliknya. Namun kenyataan yang terjadi adalah sering adanya pro dan kontra, salah satunya adalah tidak tepatnya kebijakan yang dikeluarkan oleh madrasah sehingga menimbulkan ketegangan antara lembaga madrasah dengan Lembaga pondok pesantren.

Setiap lembaga pendidikan memiliki karakteristiknya masing-masing, visi dan misi, serta budaya serta kultur madrasah yang diunggulkan.¹³ Madrasah Aliyah Negeri 1 Tegal memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari madrasah lainnya, yaitu keberadaannya di lingkungan pondok pesantren Babakan Tegal. Terletak di tengah-tengah nuansa keislaman yang kental, MAN 1 Tegal mampu menciptakan atmosfer pendidikan yang harmonis antara pendekatan akademis dan nilai-nilai keagamaan. Sebagai institusi pendidikan Islam, madrasah ini tidak hanya menekankan pada penguasaan ilmu pengetahuan umum, tetapi juga memberikan perhatian yang mendalam terhadap pembentukan karakter dan moral peserta didik. Dengan dukungan dari lingkungan pondok pesantren yang kaya akan tradisi keagamaan, MAN 1 Tegal menjadi tempat yang unik di mana siswa dapat mengembangkan diri secara holistik, tidak hanya sebagai individu yang cerdas secara intelektual, tetapi juga sebagai individu yang berakhlak mulia.

¹³ Hannah Mahfuzhah and Anshari Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan," *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2018): 137–49.

Hal-hal tersebut menjadi ruang lingkup *Public relation* MAN 1 Tegal untuk dipublikasikan kepada masyarakat luas, agar kebutuhan masyarakat akan informasi tersebut dapat terpenuhi. Fungsi *public relation* yang bersangkutan ternyata dalam pelaksanaannya belum berjalan optimal ini dibuktikan masih adanya permasalahan yang kontradiktif antara pimpinan Lembaga madrasah dan pimpinan Lembaga pesantren.

Dengan demikian yang menjadi pertanyaan sekarang adalah bagaimana strategi yang dilaksanakan oleh bagian humas dalam hal menyikapi kondisi lingkungan madrasah yang berdekatan dengan pesantren, berangkat dari beberapa masalah diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti kaitanya dengan ***“Strategi Public Relation dalam Membangun Citra madrasah di Lingkungan Pondok Pesantren (Studi Kasus di MAN 1 Tegal Tegal)”***

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Implementasi hubungan Masyarakat (Public Relation) di MAN 1 Tegal?
2. Bagaimana Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) MAN 1 Tegal dalam Membangun Citra Lembaga di Lingkungan Pondok pesantren?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah penulis paparkan maka tujuan daripada penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Implementasi hubungan Masyarakat (Public Relation) di MAN 1 Tegal.

- b. Untuk mengetahui Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation) MAN 1 Tegal dalam Membangun Citra Lembaga di Lingkungan Pondok pesantren.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini di harapkan dapat menambah pengetahuan akan strategi public relation dalam membangun citra Lembaga di lingkungan pondok pesantren. Dan juga dengan adanya penelitian ini bisa menambah kepustakaan atau teori-teori tentang tema serupa dapat berkembang luas.
 - b. Kegunaan Praktis
 - 1) Diharapkan dapat menjadi petunjuk dalam menerapkan strategi public relation sebuah Lembaga Pendidikan yang berlingkungan di pondok pesantren.
 - 2) Diharapkan dapat menjadi Referensi dan masukan mengenai pelaksanaan strategi public relation Lembaga Pendidikan dalam membangun citra Lembaga.

D. Kajian Pustaka

1. Nur Izza Afkarina (2018) Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo, “Strategi Komunikasi Humas dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan”. Hasil dari penelitian ini adalah Public relation merupakan suatu strategi yang menyeluruh dan terpadu mengenai kegiatan utama yang ada pada suatu organisasi untuk menentukan keberhasilannya. Aktivitas

komunikasi publik pada dasarnya berkaitan dengan sikap sosialisasi dan pendidikan terhadap masyarakat. Komunikasi publik tidak hanya berpusat pada publik luar, melainkan bagaimana publik internal juga perlu diperhatikan. Karena jika keharmonisan antara publik internal tidak ada relasi hal tersebut akan berdampak buruk pada citra organisasi tersebut. Pada konteks ini maka public relation dituntut harus bisa membentuk nilai-nilai pemahaman sikap-sikap sampai perilaku publik agar searah dengan kebutuhan organisasi. Melalui pengemasan pesan-pesan komunikasi publik yang lebih banyak mengandung tentang apa dan siapa serta apa manfaat dari keberadaan organisasi. Mengenai hal ini karena opini masyarakat diciptakan oleh publik yang selektif, di mana masyarakat yang akan bercirikan seperti itu memilih dan memilah seperti apa yang ingin mereka konsumsi dan ketahui. Pihak lembaga seharusnya mempunyai strategi yang kreatif sehingga bisa sama-sama menguntungkan dan terutamanya masyarakat keinginan masyarakat bisa terpenuhi.¹⁴

2. Chusnul Chotimah (2012) “Strategi Public Relations Pesantren Sidogiri Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam”, hasil dari penelitian ini adalah Eksistensi lembaga pendidikan Islam, khususnya pesantren Sidogiri yang mampu bertahan hingga saat ini, tidak bisa dipungkiri salah satu penyebabnya adalah berjalannya public relations di lingkungan pesantren tersebut. Walaupun keberadaan public relations di pesantren

¹⁴ Nur Izza Afkarina, “Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan,” *Idarah 2*, no. 1 (2018): 50–63.

Sidogiri secara formal tidak ada, namun fungsi public relations berjalan dengan alamiah melalui jaringan alumni, di samping karisma para kiai dan pendirinya. Dalam membangun citra pondok pesantren, strategi *public relations* yang dipilih tidak dilakukan dengan kegiatan publikasi secara terangterangan, karena publikasi lewat cara pengabdian alumni atau Khidmah di masyarakat jauh lebih efektif. Melalui pengabdian langsung di masyarakat, pondok pesantren justru telah menunjukkan kepada publik bahwa mereka telah menjalankan proses *public relations* mulai dari *how to integrate*, *how to inform*, *how to perform*, dan *how to persuade*, baru kembali lagi ke *how to integrate*. Cara *public relations* seperti ini bersifat *circle* sehingga terintegrasi.

Pelaksanaan public relations pondok pesantren salafiyah ini, secara otomatis akan membangun citra positif pondok pesantren di hadapan publik, walaupun tidak bisa dipungkiri citra positif pondok pesantren terbangun tidak terlepas dari tokoh pendirinya. Identitas pondok pesantren dengan budaya dan tradisinya, nilai-nilai salafiyah, kiai karismatik sebagai personal branding, santri, kitab kuning, sarung dan kopyah sebagai brand pondok pesantren salafiyah merupakan daya dukung pesantren tetap bisa bertahan hingga saat ini. Daya dukung dan daya tahan pesantren terimplementasikan dalam integrasi aktivitas pondok pesantren dengan berbagai program yang dibutuhkan masyarakat. Strategi public relations yang *by action* inilah yang menjadikan pondok pesantren mampu bertahan dan mendapat citra positif dari masyarakat, karena pondok pesantren mampu melakukan pendekatan

secara kultural dan dan religius di tengah-tengah masyarakat.¹⁵

3. Erwin Indrioko (2015) dengan judul ‘‘Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam, hasil dari penelitian ini adalah’’, sebuah lembaga Pendidikan Islam harus dikelola dengan manajemen yang baik dan dikenalkan di masyarakat luas dengan cara-cara inovatif dan modern. Pencitraan lembaga pendidikan Islam tidak dapat terlepas dari adanya peran serta berupa dukungan dan harapan dari masyarakat. Madrasah dan masyarakat memiliki hubungan timbal balik untuk menjaga kelestarian dan kemajuan masyarakat itu sendiri. Madrasah akan menjadi mandiri dan memiliki kesan yang kuat jika keberadaannya diakui dan didukung oleh masyarakat luas. Di sinilah perlunya peran kebersamaan yang seirama antar seluruh warga dalam lembaga pendidikan Islam dan masyarakat luas untuk tetap menjaga citra lembaga sehingga lembaga pendidikan Islam tetap eksis berkembang dan menjadi pilihan utama segenap konsumen pendidikan.

Berdasarkan kajian pustaka yang peneliti paparkan hasil riset para peneliti sebelumnya maka terdapat persamaan dan juga perbedaan diantaranya pada Persamaannya, peneliti dan peneliti terdahulu sama-sama membahas dan mengkaji pada bidang Public Relation sebuah Lembaga, Adapun yang menjadi perbedaan adalah jika peneliti sendiri lebih focus pada bagaimana sebuah Lembaga menciptakan strategi public relation

¹⁵ Chusnul Chotimah, *Hki: Strategi Public Relations Pesantren Sidogiri Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam*, (IAIN Tulungagung, 2018). Hlm. 32.

untuk membangun citra madrasah di lingkungan pondok pesantren.¹⁶

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tujuan hasil dari penelitian ini dapat diuraikan menggunakan deskripsi berupa kalimat sesuai dengan fokus permasalahan. Metode kualitatif ini dipandang sesuai dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu mengkaji suatu fenomena berdasarkan perilaku atau tindakan, dan meneliti sesuatu dari segi prosesnya. Hal ini kaitanya dengan bagaimana strategi public relation di MAN 1 Tegal.

2. Tempat atau Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Madrasah Aliyah Negeri 1 Tegal (MAN 1 Tegal) yang terletak di desa Babakan Kecamatan Lebaksiu Kabupaten Tegal.

3. Subjek Penelitian

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik maka peneliti membagi beberapa fokus subjek penelitian, sesuai dengan judul yaitu strategi *public relation* dalam membangun citra madrasah di lingkungan pondok pesantren. Adapun subjek penelitian ditujukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan public relation seperti kepala madrasah dan waka humas serta pihak-pihak dari pondok pesantren.

¹⁶ Erwin Indrioko, "Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam," *Universum: Jurnal Keislaman Dan Kebudayaan* 9, no. 02 (2015): 265–74.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif ini maka peneliti memungkinkan untuk melakukan hubungan antarvariabel, dimana penelitian deskriptif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama, yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat.¹⁷ Cara yang ditempuh adalah dengan terjuun secara langsung untuk melakukan pengamatan dengan cara membuat catatan selektif.

b. Wawancara

Dalam tahap ini wawancara dilaksanakan untuk memperoleh data dan informasi tentang bagaimana strategi public relation guna membangun citra madrasah. Kemudian peneliti akan mewawancarai secara langsung kepada informan untuk memperoleh data dan informasi secara akurat. Untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat tentang penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa informan utama dan informan pendukung. Informan utama adaah Kepala madrasah, wakil kepala madrasah bidang humas MAN 1 Tegal. Karena dengan menggunakan teknik tersebut peneliti berharap mendapatkan banyak data primer sesuai yang di butukan.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan alat dokumentasi

¹⁷ H M Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)* (Bumi Aksara, 2021). Hlm. 36

berupa *recorder* dengan menggunakan *hand phone* dan kamera digital. *Recorder* digunakan peneliti untuk merekam wawancara formal kepada Kepala madrasah, waka humas. Sedangkan untuk wawancara informal peneliti tidak menggunakan *recorder*. Digital kamera digunakan untuk mengambil gambar berupa gambar fisik MAN 1 Tegal.

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁸

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sampai memperoleh data yang dianggap kredibel.¹⁹

6. Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi ini dilakukan guna mengecek derajat keabsahan data yang diperoleh.²⁰

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm. 36

¹⁹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D Hlm. 39*

²⁰ D. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005). Hlm. 31.

Menurut Moleong dalam bukunya mengemukakan bahwa teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.²¹ Hal itu dapat dicapai dengan jalan sebagai-berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada dan orang pemerintahan
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dengan beberapa penjelasan diatas maka peneliti akan menggunakan triangulasi data dengan membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil pengamatan di Madrasah Aliyah Negeri 1 Tegal.

²¹ Moleong J. Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 54.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan terdiri dari BAB I hingga BAB V, hal ini dibuat guna memudahkan dalam memahami alur pembahasan dalam penelitian ini adapun isi dari BAB I hingga BAB V yakni:

BAB I Pendahuluan berisi Latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat atau kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, serta sistematika pembahasan. Bab ini menggambarkan secara umum tentang penelitian yang akan dilakukan. BAB II menjelaskan tentang Landasan Teori yang digunakan dalam penelitian ini. BAB II menjelaskan tentang gambaran umum dari profil madrasah. BAB IV Hasil Penelitian dan juga pembahasan. Pada bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yang terkait dengan strategi public relation dalam membangun citra madrasah. BAB V Penutup, pada bab ini adalah bab terakhir yang menjelaskan dan menjawab daripada rumusan masalah yang sudah peneliti buat, temuan penelitian serta saran-saran. Dan pada bab ini kurang lebih berisi rangkuman dari bab sebelumnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa humas MAN 1 Tegal telah berhasil mengimplementasikan strategi komunikasi yang holistik untuk membangun dan memelihara citra positif lembaga. Melibatkan kombinasi media massa, daring, dan komunikasi interpersonal, humas secara aktif menyampaikan informasi mengenai prestasi, program, dan kebijakan madrasah kepada masyarakat dan wali murid.
2. Strategi Public Relation MAN 1 Tegal diperkuat oleh respons yang cepat, transparansi, dan efektivitas dalam menghadapi situasi krisis, menunjukkan kesiapan dan tanggung jawab lembaga. Evaluasi dan perbaikan terus-menerus menjadi landasan untuk meningkatkan efektivitas strategi, memastikan bahwa humas MAN 1 Tegal tetap adaptif dan responsif terhadap dinamika komunikasi di lingkungan madrasah dan masyarakatnya.

B. Saran

1. Saran Akademis

Saran akademis untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis lebih mendalam terhadap preferensi dan persepsi masyarakat terkait pesan yang disampaikan lembaga pendidikan. Studi lanjutan juga dapat fokus pada pengembangan model evaluasi yang lebih spesifik untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi. Selain itu, penelitian tentang implementasi program pelatihan dan pengembangan staf humas madrasah dalam

menghadapi tantangan media sosial dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang peningkatan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola citra lembaga pendidikan di era digital.

2. Saran Praktis

Secara praktis, humas perlu mempertimbangkan peningkatan kolaborasi dengan pihak sekolah/madrasah, guru, dan siswa untuk lebih mendalam memahami kebutuhan dan ekspektasi mereka. Penyelenggaraan workshop atau seminar tentang komunikasi efektif juga dapat membantu membentuk kesadaran dan keterampilan komunikasi di kalangan staf dan stakeholder sekolah/madrasah. Dengan pendekatan ini, MAN 1 Tegal dapat memperkuat hubungan dengan masyarakat, menjaga reputasi baik, dan tetap menjadi lembaga pendidikan yang dihormati di lingkungannya.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Daftar Pustaka

- Afkarina, Nur Izza. "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan." *Idarah* 2, no. 1 (2018): 50–63.
- Ansoff, Henry. *Strategic Management*. Springer, 2007.
- Aziz, Abdul. "Pengantar Manajemen Dan Substansi Administrasi Pendidikan." *Jember: Pustaka Radja*, 2017.
- Baharun, H Hasan. "Desentralisasi Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Sistem Pendidikan Islam." *Jurnal Ilmu Tarbiyah" At-Tajdid* 1, no. 2 (2012): 242.
- Chotimah, Chusnul. "HKI: Strategi Public Relations Pesantren Sidogiri Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam." IAIN Tulungagung, 2018.
- . "Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan Dengan Masyarakat." IAIN Tulungagung Press, 2017.
- Dacholfany, M Ihsan. "Reformasi Pendidikan Islam Dalam Menghadapi Era Globalisasi." *AKADEMIKA: Jurnal Pemikiran Islam* 20, no. 1 (2015): 173–94.
- Dalimunthe, Farhan Abdillah. "Studi Pemikiran Buya Hamka Dalam Membangun Toleransi Umat Beragama Di Indonesia." *Universitas International Semen Indonesia*, 2019.
- David, Fred R. *Strategic Management Concepts and Cases*. Prentice hall, 2011.
- Gioia, Dennis A, Majken Schultz, and Kevin G Corley. "Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability." *Academy of Management Review* 25, no. 1 (2000): 63–81.
- Grunig, James E, and Todd Terrance Hunt. *Managing Public Relations*. Holt, Rinehart and Winston, 1984.
- Harari, Yuval Noah. *Sapiens*. Edited by Damaring Tyas. 6th ed. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014.
- Hasbullah, M. "Kebijakan Pendidikan Dalam Perspektif Teori, Aplikasi Dan Kondisi Objektif Di Indonesia." *Depok: PT Rajagrafindo Persada*, 2015.
- Hidayat, Rahmat. "Pengaruh Manajemen Strategik Dan Biaya Pendidikan

- Terhadap Daya Saing Sekolah Di Sekolah Dasar Negeri Se-Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya.” *Administrasi Pendidikan: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pascasarjana* 1, no. 2 (2013): 187–92.
- Indrioko, Erwin. “Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam.” *Universum: Jurnal KeIslaman Dan Kebudayaan* 9, no. 02 (2015): 265–74.
- Ismail, Feiby. “Implementasi Total Quality Management (TQM) Di Lembaga Pendidikan.” *Jurnal Ilmiah Iqra’* 10, no. 2 (2018).
- Khori, Ahmad. “Manajemen Strategik Dan Mutu Pendidikan Islam.” *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2016): 75–99.
- Linggar, Anggoro. “Teori Dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya Di Indonesia.” *Jakarta: Bumi Aksara*, 2002.
- Machali, Imam, and Ara Hidayat. “The Handbook Of Education Management.” *Jakarta: Kencana*, 2016.
- Mahfuzhah, Hannah, and Anshari Anshari. “Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan.” *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2018): 137–49.
- “MAN 1 Tegal – Sekolah Tri in One.” Accessed January 7, 2024. <https://man1tegal.sch.id/>.
- Moleong, D. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005.
- Qomar, Mujamil. *Pesantren: Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*. Erlangga, 2002.
- Ruslan, Rosady. “Public Relations Campaign Tips and Strategies.” *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Sandyakala, Mutiara Cendekia. “Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan.” *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 184–98.
- Shugiana, Dadang. “Strategi Pemasaran Merek Corporate Pencitraan Produk.” *Bandung: Resensi*, 2007.
- Sinambela, Lijan Poltak. “Reformasi Pelayanan Publik; Teori, Kebijakan, Dan Implementasi Cet.” V, *PT Bumi Aksara, Jakarta*, 2010.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sukardi, H M. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara, 2021.
- Supada, Wayan. "Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi." *Communicare* 1, no. 1 (2020): 92–100.
- Suryosubroto, B. *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat*. Rineka Cipta, 2012.
- Tjiptono, Fandy. "Strategi Pemasaran," 2008.
- Triana, Chyntania Chantika, Anita Yulianti, Lisna Azka Nuraeni, and Adillah Siti Sayyidah. "Pengaruh Kepercayaan Diri Seorang Public Relation Dalam Berkomunikasi." *Cebong Journal* 1, no. 2 (2022): 34–40.
- Wahyuni, Nurul Yuli. "Pencitraan: Upaya Membangun Public Opinion Bagi Lembaga Pendidikan Islam." *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2018): 64–79.
- Wasesa, Silih Agung. *Political Branding & Public Relations*. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Wulandari, Tri Mutiara, and Gita Widyasanty. "Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra STIKOM InterStudi." *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 2 (2021): 72–81.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA